

ARGEL KIEST GENERIX GROUP OM HAAR KLANTLOYALITEIT EN PROMOTIESYSTEEM TE VERSTERKEN

Argel, een referentie bij de huis-aan-huisverkoop, maakt gebruik van een digitale oplossing om haar klantenloyaliteit te verhogen. Het heeft gekozen voor de Sales Marketing oplossing van Generix om het werk van haar 300 telemarketeers te versterken en om haar klanten een verrijkte aankoopervaring te bieden.



Parijs, 17 november 2016 – Argel is de afdeling van EVEN Distribution, gespecialiseerd in de huis-aan-huisverkoop van diepvriesproducten.

Met een catalogus van ongeveer 1.000 producten, bestrijkt Argel 70 Franse departementen en bedient 300.000 klanten met 300 bestelwagens. Het bedrijf heeft 11 telemarketing callcenters voor bestaande klanten en een wervingscentrum gevestigd in Bretagne. Tot op heden heeft Argel 850 medewerkers, inclusief 300 telemarketeers, die een belangrijke slagkracht vormen voor de specialist in diepvriesvoedsel.

Om haar marktaandeel verder te vergroten, heeft Argel besloten om de aankoopervaring van haar klanten en de dynamiek van haar activiteiten te verbeteren door zichzelf open te stellen voor een multichannel benadering. Om beide redenen koos Argel voor Generix Group.

Argel kiest de Sales Marketing oplossing van Generix

"De garantie dat we tijd zullen besparen en onze operationele effectiviteit zullen optimaliseren, heeft ons overtuigd om het Sales Marketing platform van Generix Group te kiezen", verklaart **Catherine Abautret, de Administratief, Financieel en IS Manager van het Even Distribution center.**

Generix Sales Marketing is een omnichannel sales marketing platform. Eenmaal verbonden met de backoffice van het merk (ERP, BI,...), biedt het een 360° visie van de klant die het mogelijk maakt promotie-, verkoop- en loyaliteitsopbouwende activiteiten uit te voeren op alle *frontoffice* kanalen (callcenters, verzameling,

websites, mobiele sites, sociale netwerken, enz.) in real time en op een verenigde manier.



Bij Argel werkt de orderverzameltool van de 350 telemarketeers in real time met de Sales Marketing.

*"Tijdens het gehele orderverzamelproces passen de Sales Marketing motoren automatisch de verkoopaanbiedingen toe die centraal of op basis van het verzorgingsgebied van de klant zijn ontwikkeld. Deze kunnen worden geprofileerd volgens klanttype, producttype, ordervolume,... Ze worden toegepast op het winkelmandje in real time, omdat snelle reacties essentieel zijn bij het verwerken van orders om hoge responsprestaties tijdens het plaatsen van bestellingen te garanderen", voert **Catherine Abautret** toe.*

Naast het verbeteren van de effectiviteit van telemarketeers, plaatst het Sales Marketing platform de klant centraal in het proces. Van het callcenter tot de marketingteams tot de leveringservice: het doel is om rekening te houden met de interacties die de klant met Argel heeft gehad om onmiddellijk persoonlijke service aan te bieden en de aankoopervaring te helpen verrijken.

Het Sales Marketing platform wordt dagelijks gebruikt door grote retailmerken zoals Feu Vert en Cultura om het traject van de klant te digitaliseren in een cross-

channel of cross-brand context. "... Sales Marketing maakt het mogelijk om activiteiten te leiden die krachtiger, sneller en zelfs coherenter zijn op het vlak van loyaliteitsopbouw en commerciële actie", besluit **Philippe Petit, Vice-President Sales & Operations, Generix Sales Marketing** "We zijn trots om een leider in huis-aan-huisverkoop zoals Argel – met al volwassen klantrelaties – te begeleiden door deze nieuwe digitale stap."